改正消費者契約法・改正特定商取引法の概要と今後の課題

弁護士　伊吹 健人

第1　はじめに

平成28年5月25日、「消費者契約法の一部を改正する法律」(以下、「改正消契法」という。)及び「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」(以下、「改正特商法」という。)が成立した[1]。

改正消契法は公布の日から起算して1年を経過した日(平成29年6月3日)、改正特商法は公布の日(平成28年6月3日)から1年6月以内に施行される(ただし、いずれも後記の民法改正に関わる部分は、改正民法の施行日に施行される。)。

第2　改正消契法の概要

1　過量契約取消権の新設

高齢者や障害者の判断能力の低下等につけ込んで不必要な商品の購入等をさせる勧誘行為が問題視されており、消費者側からは、そのような場合も消費者契約法で契約を取り消すことができるようにすることを求める意見が挙がっていた。

今回の改正では、そのような勧誘行為のうち、特に被害の多い過量販売(改正消契法4条4項前段)と、次々販売(同項後段)の事案で、新たに消費者の取消権が認められた。

具体的には、「物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの分量、回数又は期間が当該消費者にとっての通常の分量等を著しく超えるもの」を、事業者がそれと知りつつ勧誘した場合に、取消しが認められる。

2　不実告知の「重要事項」の拡張

これまで、不実告知の対象となる「重要事項」は、目的となるものの「内容」(商品の質等)や「取引条件」(商品の代金等)と定められていた。そのため、動機に関する事実に不実告知があった事例では、「内容」にも「取引条件」にも不実告知がないということで、取消しができない可能性があった。

今回の改正では、不実告知における「重要事項」として、新たに「物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものが当該消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情」が追加された(改正消契法4条5項3号。断定的判断の提供や不利益事実の不告知は従前のままである。)。

これにより、例えば、床下にシロアリがいるといった虚偽の説明でシロアリ駆除契約を締結した事案や実際には市場流通性のない山林について売却できるとの虚偽の説明で測量契約を締結した事案等でも契約の取消しが認められることになる[2]。

3　取消権の期間制限の伸長

現行法において、消費者契約法の取消権は、追認をすることができる時から6ヶ月、契約締結の時から5年以内に行使しなければならない。

しかし、実際には、消費者からの相談時にはすでに期間が経過していることもあるため、被害救済を促進する観点から、短期の行使期間が6ヶ月から「1年間」に延ばされた(改正消契法7条1項)。

4　取消し後の返還義務(民法改正への対応)

従前は、民法703条を根拠に、現存利益の返還で足りるとの解釈がなされていた。

ところが、民法の改正法案では、取り消した場合に原状回復義務があるとされていることから、現存利益を超えて返還義務を負う可能性がある。

そこで、今回の改正では、民法が改正されても、消費者取消権によって契約を取り消した場合には、現存利益を返還すればよいことが明文化された(改正消契法6条の2)。

5　不当条項の追加

事業者の債務不履行や契約の目的物に瑕疵があった場合の解除権を消費者に放棄させる条項(例えば、「いかなる理由があってもキャンセルには一切応じません。」)は、例外なく無効とされる(改正消契法8条の2)。

6　10条前段への例示の追加

10条前段の例示として、「消費者の不作為をもって当該消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項」(例えば、「継続購入が不要との連絡がない限り、サプリメントを継続的に購入することとします。」という条項)が追加された(改正消契法10条)。

このような条項は、10条後段の「民法第1条第2項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するもの」にあたれば、無効となることが確認されたものである。

7　8条の文言修正

8条1項3号、同4号の「民法の規定による」との文言が削除された(改正消契法8条1項)。

第3　改正特定商取引法の概要

1　指定権利制の見直し

指定権利制については、事業者が特商法の規制対象となっていない「権利」の取引だと主張することで規制を免れようとすることが問題となっている。

今回の改正では、従来の政令指定権利は廃止せず残されたが、「役務」を幅広く解釈してカバーし、「役務」と位置づけることができない「社債その他の金銭債権」と「会社の株式」や「社員権」等を、従来の政令制定権利と併せて「特定権利」と位置づけることで(改正特商法2条4項)、規制の抜け穴が生じないようにすることとなった[3]。

2　消費者被害の予防、救済のための制度の拡充

(1) 通信販売に関して、消費者からの事前の請求や承諾なしにファクシミリ広告をすることが禁止された(改正特商法12条の5)。

(2) 電話勧誘販売に過量販売解除権が導入された(改正特商法24条の2)。

(3) 改正消契法と同様に、訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供及び業務提供誘引販売取引における取消権の短期の行使期間について、追認することができる時から6ヶ月とされていたのが、「1年間」に延ばされ、また、取消権によって契約を取り消した場合には、現存利益を返還すればよいことになる(改正特商法9条の3、24条の3、40条の3、49条の2、58条の2)。

3　悪質事業者への対処の強化

(1) 次々と法人を立ち上げて違反行為を行う事業者への対処として、業務停止を命ぜられた法人の取締役やこれと同等の支配力を有すると認められる者等に対して、停止の範囲内の業務を新たに法人を設立して継続することなどが禁止された(改正特商法8条の2第1項、15条の2第1項、23条の2第1項、39条の2第1項ないし3項、47条の2第1項、57条の2第1項、58条の13の2第1項)。

(2) 業務停止命令の期間が最長1年から2年に延ばされた(改正特商法8条1項、15条1項、23条1項、39条1項ないし3項、47条1項、57条1項、58条の13第1項)。

(3) 不実告知等に対する法人への罰金の300万円以下から1億円以下への引き上げや、業務停止命令違反に対する懲役刑の上限の2年から3年への引き上げなど、刑事罰が強化された(改正特商法70条ないし74条)。

(4) 違反事業者の所在が不明な場合には、処分書を交付するということを一定期間掲示することで、事業者に交付したものとみなし、処分を可能とした(改正特商法66条の3ないし5)。

(5) 業務停止命令を受けた悪質事業者に対して、消費者利益を保護するために必要な措置を指示することができることを明示した(改正特商法7条1項、14条1項、22条1項、38条1項ないし3項、46条1項、56条1項、58条の12第1項)。

第4　残された課題

1　消契法について

消費者取消権の対象となる不当勧誘の類型について、今回の改正では、過量契約のみが追加となった。しかしながら、高齢者や障害者の判断能力の低下等につけ込んだ不当な勧誘は、これらの場合に限られないから[4]、事業者が、消費者の困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足その他の当該消費者が消費者契約を締結するかどうかを合理的に判断することができない事情があることを不当に利用したような場合にも取消しを認めるべきである。また、困惑類型として、威迫する言動、不安にさせる言動、迷惑を覚えさせるような仕方その他心理的な負担を与える方法で勧誘する場合も追加するべきである。

また、広告、チラシ配布など不特定多数に向けられた行為が「勧誘」に該当するか解釈に争いがあるが[5]、情報化に伴いインターネットの画面上で不実告知に相当する内容が掲載され、それを信じた消費者がトラブルに巻き込まれる事例も多く現れていることから、消契法の不当勧誘に関する規律が及ぶことを明文で定めるべきである。

さらに、「平均的な損害の額を超える」(9条1号)ことの主張立証責任について、事業者に生ずる損害について消費者が資料を有していることは通常ありえず、事業者に立証責任を負担させることが妥当かつ公平であり、その旨を明文の定めをもって規定すべきである。

消契法については、今後の残された課題とされた点について、「本法成立後遅くとも三年以内に必要な措置を講ずること」が要請されている[6]。

2　特商法について

迷惑な訪問取引や電話勧誘は、個々人の生活の平

穏を害すだけでなく、悪質商法の温床となっている。今回の特商法改正の議論の中では、事前拒否者への訪問取引・電話勧誘の禁止制度（いわゆるDo－Not－Knock制度、Do－Not－Call制度）[7]の創設が求められていた。

しかしながら、今回の改正では、その制度創設はなされず、このままでは、独居の高齢者等を狙った訪問取引や電話勧誘による被害等を防ぐことができないままである。

このような勧誘規制については「引き続き高齢者等の被害が多発した場合には、諸外国の取組等も参考にしつつ、勧誘規制の強化についての検討を行うこと」とされており[8]、今後、被害の現場の状況を顕在化させること、訪問販売お断りステッカーや迷惑電話防止装置等を全国各地で普及させること等を通じて、迷惑な勧誘を拒否する法律上の制度を創設する必要性があることを示していくことが重要となる。

1　改正法の概要や具体的な条文は、下記消費者庁ホームページを参照。
（消契法）
http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/consumer_contract_amend.html
（特商法）
http://www.caa.go.jp/trade/index_1.html

2　平成28年5月18日付第190回国会参議院地方・消費者問題に関する特別委員会における河野太郎内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）（当時）の発言も参照。

3　平成28年5月18日付第190回国会参議院地方・消費者問題に関する特別委員会における井内正敏消費者庁審議官（当時）の発言も参照。

4　例えば、消費者の知識不足・判断力不足に乗じて、市場価格よりも高額で商品を購入させたり、廉価で当該消費者の所有物を買い受ける事案等が挙げられる。

5　消費者庁消費者制度課編『逐条解説消費者契約法』109頁以下（商事法務、第2版補訂版、平成27年）、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『コンメンタール消費者契約法』69頁以下（商事法務、第2版増補版、平成27年）等。

6　消費者契約法の一部を改正する法律案に対する附帯決議（参議院）。

7　海外の制度の概要については、長谷川彰「オーストラリア・シンガポールのDON'T Call制度の紹介」御池総合法律事務所『御池ライブラリー』42号47頁以下、特商法改正時の議論の状況等については、森貞涼介「日本の不招請勧誘規制と特定商取引法の改正議論」御池総合法律事務所『御池ライブラリー』43号41頁以下を参照。

8　特定商取引に関する法律の一部を改正する法律案に対する附帯決議（参議院）。